

Obsesja papieru

Katarzyna Guła

Ostatnie upały dają się nam wszystkim porządnie we znaki, a trwający sezon ogórkowy sprzyja luźnym refleksjom. Kiedy myślę o zbliżających się targach opakowań Taropak, przypominają mi się historie dwóch zamówień. Zamówień na opakowania.

Gdy u schyłku lat 90. firma Polski Druk realizowała pierwsze poważne zamówienie na nietypowe opakowanie, nikt z nas nie spodziewał się, jak duże koszty przyjdzie nam ponieść. I bynajmniej nie chodzi o pieniądze.... Ale do rzeczy.

Zlecniodawcą feralnego zamówienia była duża sieciowa agencja reklamowa, a projekt dotyczył promocji nowego auta. Chociaż mieliśmy już doświadczenia w realizowaniu nietypowych zleceń, to było wyjątkowe.

Po pierwsze, był to skomplikowany jak na tamte czasy pakiet składający się między innymi z płyty CD i kilkudziesięciostronicowej książeczki, a całość była opakowana w ręcznie robione, kazerowane pudełko. Po drugie, termin realizacji narzucony przez zlecniodawcę był wyśrubowany, co nie pozostawiało praktycznie żadnego marginesu błędów. Po trzecie, umowa sporządzona pomiędzy zlecniodawcą a wykonawcą, pomimo dokładnego określenia rozwiązań wielu sytuacji spornych, nie zakła-

dała opcji odmowy przyjęcia towaru przez zlecniodawcę pomimo wykonania zamówienia zgodnie ze specyfikacją. Po czwarte wreszcie, łączna wartość równa była kilkumiesięcznym obrotom naszej firmy, co przełożyło się bezpośrednio na poważne inwestycje środków finansowych firmy w materiały.

Realizacja tego zlecenia była szalenie nobilitująca: poważy produkt, wiedzący na rynku reklamowym zlecniodawca i duże pieniądze w tle – wspomina Jaromir Guła. – Klient przygotował pracę w postaci elektronicznej, przekazał szczegółową specyfikację materiałów i zawiadził wykonaną w skali 1:1 makietę. Gdy ta wyszła mi się zbyt miękka, zaproponowałem zmianę kartonu na grubszy i sztywniejszy. Niestety, co okazało się później, klient zareagował na moją propozycję wręcz alergicznie, doszukując się proby nieszasadzonego zwiększenia kosztów produkcji. Jakież było moje zdziwienie, kiedy przy odbiorze pracy szefowa agencji stwierdziła, że pudełko jest za miękkie i praca nie zostanie przyjęta. Gdzie mogłoby zrobić, były tylko dwa wyjścia albo oddać sprawną do sądu i czekać miesiącami na odzyskanie zapłaty za zamówienie, albo na własny koszt (zgodnie z żądaniem agencji) usztywnić gotowe już opakowanie. Przycisnęli do muru, nie mieliśmy wyboru, nie mogliśmy sobie pozwolić na wielomiesięczne blokowanie zainwestowanych w zamówienie środków i na własny koszt ulepszyliśmy konstrukcję pudełka.

A jakie były rzeczywiste koszty? Ponieważ staty finansowe, nerwy nasze były wystawione na wielką próbę, ale przede wszystkim cała sytuacja uzmotywiowała nas, jak nasz mały poligraficzny świat może być pełen przykrych niespodzianek. Po całej historii, poza odrobina niezmaca, powstało piękne opakowanie, które do dzisiaj zasługuje na najwyższe noty.

W czerwcu tego roku odbyła się uroczysta gala, podczas której ogłoszono wyniki IV edycji konkursu kreatywnego organizowanego przez firmę Cezex pt. „Obsesja papieru”. Ku naszej wielkiej radości zdobyliśmy pierwszą nagrodę w kategorii „Mistrzowska Kreatcja – opakowanie/pudełko”. Statuetkę z rąk prezesa firmy Cezex Cezariusza Słachcica odebrał właściciel Polskiego Druku Jaromir Guła. Ale nie przypadkiem to właśnie on pierwszy z naszej firmy trzymał w rękach tę nagrodę. Można śmiało zaryzykować stwierdzenie, że Jaromir Guła jest ogarnięty obsesją papieru.





Jeden z prestiżowych projektów firmy Polski Druk – pakiet składający się z płyty CD, kilkudziesięciostronicowej książeczki i kaszerowanego pudełka

Zresztą sam niejednokrotnie podkreśla: **poligrafia, a w szczególności projektowanie papierowych kreacji jest moją pasją.**

Zwycięskie opakowanie powstało na zamówienie PKO Banku Polskiego. Zakożeniem było zaprojektowanie papierowego pudełka, którego pierwowzór był wykonany z drewna. Nowe opakowanie miało się charakteryzować dużą sztywnością, funkcjonalnością oraz prestiżowym wyglądem. Pracę rozpocząłem od przygotowania wstępnej makiety, żeby opisać bryłę – mówi Jaromir Gula. – Sprawy komplikowała złożoność pudełka: wewnątrz musiały się znaleźć dobrze wyekspozowane miejsce na prestiżową kartę kredytową, dopasowana przegródka na flakon z atramentem, bezpieczne uchwyty na szklaną stalówkę oraz wykonane również tylko z papieru etui na zestaw innych kart.

Już początek prac nad tym zleceniem był pełen przygód. Jadąc na pierwszą prezentację prototypu – wspomina z uśmiechem Jaromir Gula – ...zapomniałem zająć z dachu i schować do auta model. Rozszedłem czym prędzej na spotkanie. Po kilkuset metrach zorientowałem się, że coś właśnie sfrunęło z mojego samochodu. Z piśkiem opon zatrzymałem się, ale było już za późno... Mój prototyp znowu właśnie rozjechany przez inne auto. O dziwo szklana stalówka i atrament zostały nieknięte. Przyjąłem to za dobrą monetę, co zresztą później okazało się prorocze – klient zaakceptował model z niewielkimi poprawkami.

Niestety nie poszło tak łatwo z doborom właściwych papierów. W procesie modelowania okazało się, że niektórzy z nich, mimo że wizualnie całkowicie odpowiadały klientowi, nie przeszły pozytywnie obróbki introligatorskiej: przegniatania (bigowania) i perforowania (procesy technologiczne polegające na wykonywaniu odpowiedniego wgniecenia – bigu lub nacięć – perforacji w papierze w celu jego łatwego składania) czy kaszerowania (naklejanie papieru na tekturę). Po krótkich poszukiwaniach udało się znaleźć odpowiednie zamienniki, które spełniły wszystkie oczekiwania.

Późniejsze prace nad zamówieniem potoczyły się już szybko. Kolejna makietka, ostatnie kosmetyczne poprawki i „byliśmy w domu”. Zaczął się kolejny, również istotny etap pracy – produkcja. Należy tutaj wspomnieć, że poza nadrukami i wycinaniem poszczególnych elementów opakowania całość produkcji i konfekcjonowania odbywała się ręcznie.

Opakowanie, które powstało na zamówienie PKO BP zdobyło 1. nagrodę w kategorii „Mistrzowska Kreacja – opakowanie/pudełko” w konkursie firmy Cezex

Kilka dni i zamówienie było gotowe: zleceniodawca dostał dobry produkt, a my zostaliśmy wyróżnieni nagrodą w niezależnym konkursie.

Tak oto dwa niby zwyczajne opakowania będą zawsze pretekstem, żeby zastanowić się przez chwilę, nie tylko nad pogonią za kolejnym zamówieniem, ale i nad jakością naszego zawodowego życia.

Współpraca może się układać różnie. Bywają zlecenia, po których pozostaje miłe wspomnienie i takie, o których chcielibyśmy szybko zapomnieć. Ale pamiętajmy – wszystko zależy od nas: od naszej kreatywności, kompetencji, znajomości technologii i twórczości. Wreszcie od tego, jak traktujemy się wzajemnie.

A na zakończenie życząc wszystkim tych dobrych doświadczeń i żeby praca była tworzącą przyjemnością.

Autorka jest dyrektorem ds. rozwoju w firmie Polski Druk

